1.- INTRODUCCIÓN

> Es necesario contar con el módulo 4: Economía y Producción.

En el módulo 4 Ud. estudió el siguiente concepto de ECONOMÍA.

La economía es el estudio de la forma en que las sociedades deciden que van a producir, cómo y para quién, con recursos que son escasos y limitados [1]

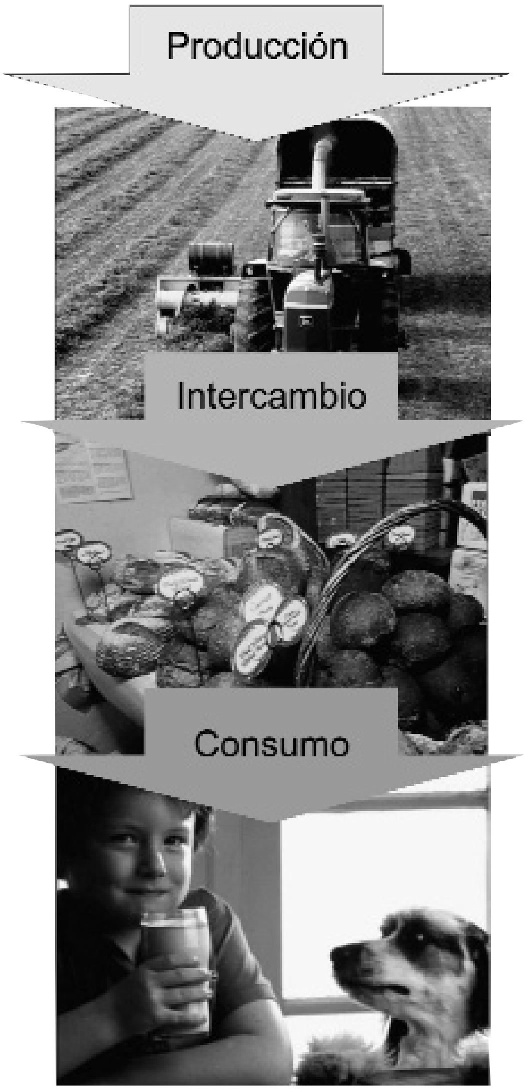
De acuerdo con esta definición, las sociedades deben resolver lo que se considera son los tres problemas básicos de una economía:

1 - **Qué bienes** y servicios deben ser producidos y en **qué cantidad.**
2 - **Cómo** deben producirse.
3 - **Para quiénes** deben producirse.

El problema central, es LA ESCASEZ, generada por existencia ILIMITADA DE NECESIDADES de los individuos que conforman una sociedad, frente a la existencia LIMITADA DE RECURSOS disponibles para satisfacer esas necesidades.

> **Así, entendemos a la ECONOMÍA como una ciencia social que estudia al hombre en los procesos de producción, de consumo y de intercambio de bienes y servicios.**

1 Stanley Fisher, Rudgier Dornbush y Richard Schmalensee, Economía 2º edición Madrid McGraw Hill, 1989, p3.



La problemática de la ECONOMÍA estudiada, hace referencia a LA ESCASEZ, escasez de recursos frente a las necesidades ilimitadas de los individuos.

Esto significa que al haber limitaciones en los recursos, existen necesidades que quedarán insatisfechas.

El progreso de la vida social y material va imponiendo nuevas necesidades que satisfacer, lo que significa que las necesidades van aumentando.

En consecuencia LOGRAR la plena utilización de los recursos, el empleo racional y correcto de la combinación y administración de las mismos para mejorar los resultados, es otro de los problemas de la economía.

¿Por qué la actividad económica repercute de alguna manera en nuestra forma o calidad de vida? Conteste en base a la lectura anterior.

ACTIVIDAD Nº1
CIENCIA

El hombre como amenaza para el hombre.

-En 2050 podría haber cerca de 7.000 millones de personas con problemas para acceder al agua.

-El calentamiento global, la superpoblación, la escasez de recursos y los peligros derivados de la guerra amenazan la supervivencia de la especie humana.

El hombre es el principal enemigo del hombre. En los últimos años el deterioro del planeta, la escasez de recursos y los peligros derivados de la guerra se han agudizado amenazando a nuestra raza y poniendo en duda nuestro futuro en la tierra.

El 99 por ciento de las especies que han existido desaparecieron ¿serán los humanos la excepción? El curso "El difícil horizonte de 2100: la difícil perpetuación de la especia humana, dirigido por el economista Ramón Tamames ha reunido a todo tipo de expertos para intentar vaticinar si seremos capaces de sobrevivir a nosotros mismos al menos durante otros 100 años. Los humanos no somos una estirpe cualquiera. En la actualidad superamos los 6.500 millones de individuos y poseemos un elenco científico y tecnológico asombroso. Hoy por hoy no parece que estemos en peligro de extinción, pero son evidentes las fuertes tendencias de agotamiento y deterioro. Las amenazas son múltiples y complicadas de solventar. ¿Hay límites económicos para nuestro crecimiento? Los pensadores todavía no han llegado a un acuerdo. Cuando surgen problemas se han esbozado soluciones sobre la marcha, "parches" que no suponían un fuerte cambio en nuestros sistemas de organización económica, de producción y vida.

Ahora se impone un "cambio fuerte y determinante", asegura Ramón Tamames. El economista apuesta por la llegada del 'homo ecologicus', "el nuevo ser que tiene en cuenta el impacto ambiental de su actividad", que viene a desplazar después de siglos al depredador que ha actuado con voracidad hasta que se han detectado los síntomas perniciosos de su actividad en el medio.

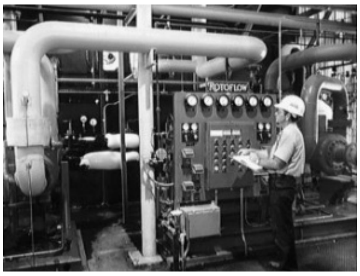
El más grave ha sido el cambio climático causado por la emisión de gases que generan el efecto invernadero, fundamentalmente el CO_2 proveniente de la combustión de combustibles fósiles, como el petróleo, y el uso del suelo. La dependencia de los combustibles fósiles es abrumadora (el 80 por ciento de la energía que consumimos procede de esa fuente) y se necesitan otras alternativas para frenar las emisiones. El calentamiento que genera el efecto invernadero afecta a la capa de ozono, interacciona con la calidad el aire, acelera la desertificación, modifica los ciclos hidrológicos y reduce la biodiversidad.

2.- LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS

LA PRODUCCIÓN de bienes y servicios tiene y ha tenido un gran impacto en la economía de todos los países del mundo, pues ha sido la actividad que ha satisfecho y satisface las necesidades humanas.

Los métodos de producción han evolucionado de manera constante y muchos de los productos que hoy utilizamos, eran desconocidos hacia fines de la Primera Guerra Mundial.

La evolución de los métodos de producción se relaciona con los avances de la Tecnología.







LA TECNOLOGÍA



El término tecnología, proviene de la palabra griega TECNE que significa arte u oficio y LOGOS conocimiento o ciencia, por lo tanto la tecnología es el estudio o ciencia de los oficios.

Se define a la TECNOLOGÍA como el estado actual en que se encuentra el conocimiento aplicado a una determinada actividad, constituyendo el conjunto de posibilidades o alternativas de acceder a nuevos productos y nuevos procesos de producción. [2]

2 Apolinda García " Administración de la Producción".

Para leer

Había una vez..... LOS AVANCES TECNOLÓGICOS

Un invento, puede ocasionar la transformación de una sociedad y en consecuencia, modificar ciertos hábitos o costumbres bajo los cuales se ha vivido hasta ese momento.

El teléfono...

Graham Bell, inventó el teléfono, si bien fue creado a finales de siglo XIX, tuvo su difusión durante el siglo siguiente. Este aparato hizo posible la comunicación entre dos personas, sin necesidad de que estuvieran presentes en el mismo lugar, causando un impacto inimaginable en los nuevos hábitos que adquiría el mundo entero. En consecuencia la invención del teléfono, iniciaba una cadena en la revolución de las comunicaciones.

El automóvil...

Es interesante citar la invención del automóvil. Fue considerado en sus principios como “un juguete para ricos” , convirtiéndose rápidamente en un medio de transporte novedoso y útil. Fue Henry Ford, quien a través de la difusión de un modelo de producción continuo, denominado líneas de montajes el que hizo viable económicamente los automóviles en los comienzos del siglo XX. El teléfono, el automóvil, entre otros avances, causaron modificaciones en las sociedades del momento .Basta con analizar como serían diseñadas las nuevas construcciones, el surgimiento de una infraestructura diferente para las ciudades, y los cambios de conducta de una sociedad que comenzó a planear sus decisiones de tiempo y recursos de una manera totalmente diferente al modo en que la abordaron las generaciones anteriores; marcaron un gran paso en la evolución industrial de la época. Pero el mundo ha continuado con su marcha ascendente, trayendo nuevos adelantos en materia de ciencia y tecnología, que han permitido el acercamiento de diferentes culturas, economías y sistemas políticos y sociales. Graham Bell, posiblemente nunca pensó que gracias a su invento, el hombre más adelante llegaría a lugares antes inimaginables, sin necesidad de moverse de su casa, o Henry Ford que sus técnicas de producción harían posible abaratar los costos para fabricar infinidad de productos o insumos. Estos inventos representaron nuevas formas de relacionarnos, hicieron más ágiles los procesos organizacionales, permitieron una mejor calidad de vida ya que facilitaron actividades diarias, y permitieron disponer rápidamente de información que hasta en algunos casos se relacionaba con la perduración de la vida humana. No obstante, hay quienes sostienen que el resultado de estos acontecimientos atentaron contra la preservación de viejas tradiciones, de culturas más autóctonas, de un ecosistema que se va extinguiendo velozmente. En este orden, cabe preguntamos por ejemplo, ¿Qué tan necesarios son para el hombre esos "progresos", si en muchos casos, conducen a su propia destrucción?, o ¿Qué tan indispensables son, si las sociedades primitivas podían vivir perfectamente, careciendo de ellos? ¿No serán más bien trampas de los mercados, que en algún momento nos hacen sentir que sin ellos nuestro diario transcurrir seria inaguantable? Uno de los eventos más revolucionarios del mundo moderno, ha sido la creación, desarrollo y expansión de la informática, y por medio de ella, la generación de redes abiertas de comunicación, lo que hoy se conoce como Internet, o la red de redes. Este fenómeno indiscutiblemente ha producido y produce un cambio a nivel ideológico, económico, social, cultural y educativo, dando origen a nuevas tendencias, las cuales siguen evolucionando. Internet, produce también un efecto de aislamiento, puesto que si bien los seres humanos cada vez acortan distancias con gente de todo el planeta, por medio de un computador, un módem y una línea telefónica; también de esta manera se comienza a prescindir por ejemplo de profesores, en carreras de estudio a distancia, de jefes, compañeros de clase y de trabajo, etc. Ciertamente se acaba la necesidad de interactuar directamente con un grupo social, encerrándonos en una cápsula tecnológica, la cual transformará nuestro medio para comunicarnos. Así, esta gran red genera otras consecuencias como por ejemplo formas alternativas de comercializar bienes o servicios, llamado el comercio electrónico, que genera cambios en la manera de sistematizar en las empresas los canales de distribución, de diseñar programas de servicio al cliente, de publicitar el bien o servido que se ofrece, de redistribuir el personal, de diseñar las estrategias de venta, de producción y de manejo de recursos humanos y financieros. Actualmente son los países llamados industrializados, los que marcan las tendencias e imponen los avances de la economía mundial que viene acompañado con la expansión de internet.

ACTIVIDAD Nº 2

Busque como mínimo 10 avances tecnológicos que hayan impactado en las costumbres de nuestra sociedad.

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

....

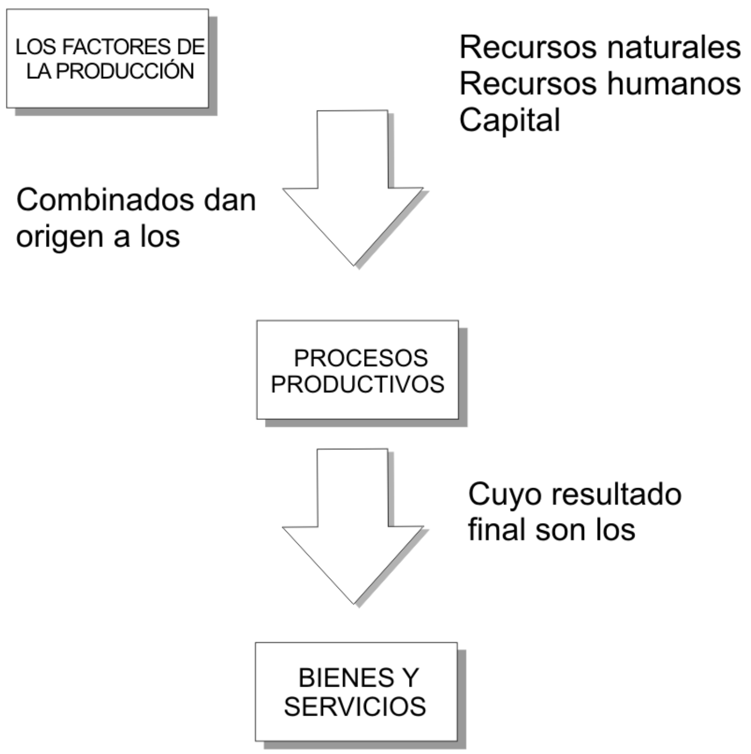
....

....

3.- EL PROCESO PRODUCTIVO

Desde los inicios de la civilización, los procesos de producción se concibieron como los procesos de transformación de materias primas existentes en la naturaleza en otros productos que satisfacerían las necesidades del hombre.

El proceso productivo es la combinación de los factores de la producción, destinada a la producción de bienes o servicios



3.1 Definición de producción, función de producción y productividad

A simple vista estos términos parecen semejantes, generalmente se usan como sinónimos pero no lo son.

LA PRODUCCIÓN: consiste en adicionar valor a un bien llamado insumo, que como consecuencia de un proceso de transformación, permite obtener otro bien que sea apto para satisfacer necesidades.

LA FUNCIÓN DE PRODUCCIÓN: es una expresión matemática de la producción, que se simboliza de la siguiente manera:

$$Q=f(K,L,RN)$$

Donde Q es la cantidad producida o el volumen de producción que se obtiene en función de la combinación de recursos productivos.

K,L,RN representan las cantidad de los recursos utilizados para obtener ese volumen.

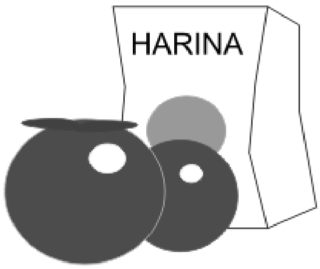
LA PRODUCTIVIDAD: nos indica el rendimiento de los recursos productivos en la producción.

- La producción hace referencia a procesos de transformación o procedimientos.
- La función de producción hace referencia a cantidades obtenidas en función de cantidades de recursos utilizados.
- La productividad hacer referencia al rendimiento de los recursos productivos.

3.2 LA PRODUCCIÓN como proceso de transformación.

La Producción supone un proceso de transformación o conversión de insumos en productos.

Para que se lleve a cabo un proceso de transformación es necesario contar con INSUMOS, para que luego de realizar determinadas operaciones o PROCEDIMIENTOS se obtenga el PRODUCTO.



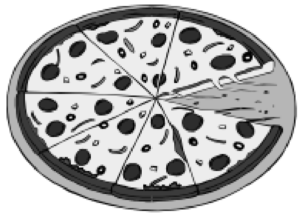
Insumos

Los insumos constituyen el material inicial.
Son las materias primas, subproductos, materiales varios, etc, que se incorporan a la producción para su transformación.



Operaciones

Constituyen las diversas etapas del proceso de transformación necesarias para convertir los insumos en productos terminados



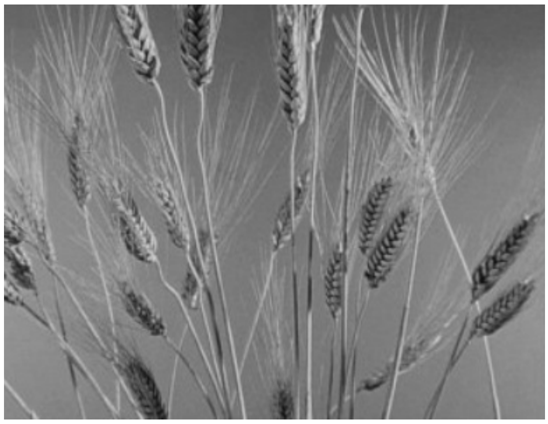
Productos

Es el resultado final de un proceso de producción.

Veamos un ejemplo de producción: LA PRODUCCIÓN DE PAN.

El PAN es un producto de harina, la que puede ser derivada del trigo, maíz o centeno.

La textura del pan depende de la fórmula usada en la preparación.



(INSUMOS) Los cuatro ingredientes principales son:

- harina
- agua
- levadura
- sal

El proceso de producción del pan comprende las siguientes actividades:



1- pesar los insumos
2- mezclar los ingredientes
3- dejar fermentar la mezcla
4- dividir la masa
5- redondear la masa
6- moldear la masa
7- hornear la masa
8- dejar enfriar la masa
9- empacar el pan

3.3 La clasificación de la producción

ES IMPORTANTE que, al adoptar el concepto de PRODUCCIÓN, como la transformación de materias primas, se tenga en cuenta cual es el origen de esta materia prima. Este origen permitirá clasificar la producción.

Si la materia prima se realiza a partir de elementos que provienen de la naturaleza y mantienen su estado, estamos en presencia de PRODUCCIÓN PRIMARIA.

Por ejemplo LA PRODUCCION DE TRIGO es una producción primaria.







INSUMOS	OPERACIONES	PRODUCTOS
Semillas	Arar - sembrar cosechar	Trigo Elaborado

Si la materia prima es un producto obtenido a partir de un proceso productivo anterior, estamos en presencia de PRODUCCIÓN SECUNDARIA.

Por ejemplo la PRODUCCIÓN DE HARINA PARA PRODUCTOS ALIMENTICIOS se ubica dentro de la Producción Secundaria.







INSUMOS — OPERACIONES — PRODUCTOS

INSUMOS	OPERACIONES	PRODUCTOS
Trigo (elaborado en un proceso productivo primario)	Moler	Harina para productos alimenticios

En la actualidad se considera a los servicios como PRODUCCIÓN TERCIARIA.

Por ejemplo UN RESTAURANT se ubica dentro de la Producción Terciaria.







INSUMOS	OPERACIONES	PRODUCTOS
MATERIAS PRIMAS Verduras Carnes Condimentos Harina Etc.	ELABORACIÓN DE COMIDAS	ATENDER SIRVIENDO LA COMIDA ELABORADA

ACTIVIDAD Nº 3

1. Escriba tres ejemplos de Producción Primaria siguiendo los ejemplos anteriormente vistos.

2. Escriba tres ejemplos de Producción Secundaria siguiendo los ejemplos anteriormente vistos.

3. Escriba tres ejemplos de Producción Terciaria siguiendo los ejemplos anteriormente vistos.

....

....

....

....

4.- LA ORGANIZACIÓN

ACTIVIDAD Nº 4

Recuerde lo estudiado en el módulo 4, recurra a él si es necesario y defina a la ORGANIZACIÓN

....

....

....

....

....

....

4.1 Qué significa ORGANIZARNOS?



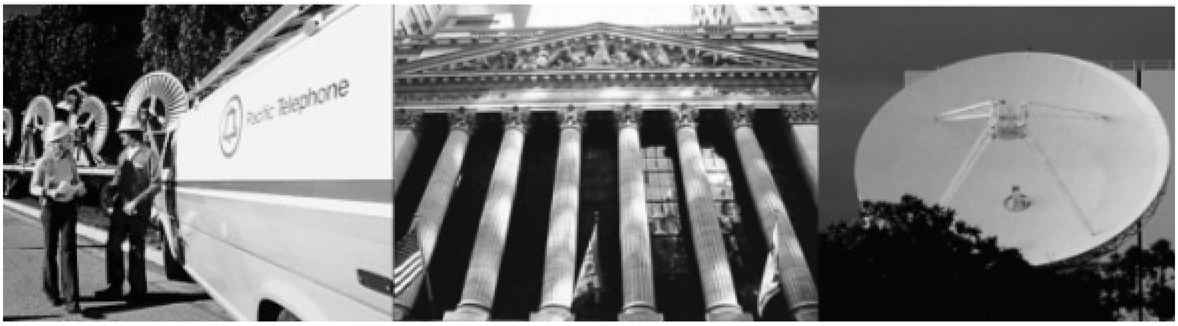
Desde la antigüedad, las personas debieron ORGANIZARSE, para poder satisfacer sus necesidades. Se organizaban en familias, en clanes, en tribus, en ciudades, en comunas, etc.

Con el transcurso del tiempo fueron apareciendo nuevas necesidades, en consecuencia se comenzaron a diseñar nuevos utensilios y herramientas que permitieron por ejemplo levantar elementos, transportarlos, etc, pero necesitando siempre la ayuda de otras personas.

Como consecuencia de esta necesidad de tener ayuda para lograr un fin

determinado, surgieron las diferentes formas asociativas u organizativas.

Hoy vivimos en un mundo de ORGANIZACIONES



Toda organización es un sistema ABIERTO, dado que está conformada por un conjunto de elementos interrelacionados que tienden hacia un fin común y que interactúan en forma permanente con el medio.

Toda ORGANIZACIÓN tiene una razón de ser, una MISIÓN, que viene determinada por su historia, su cultura, su estructura y los valores de la misma.

En general las ORGANIZACIONES tienden a satisfacer dos propósitos:

1) un propósito SOCIAL, ya que atiende necesidades sociales

2) un propósito ECONÓMICO, ya que atiende las necesidades sociales con el mejor aprovechamientos de los recursos disponibles.

Toda ORGANIZACIÓN tiene su propia IDENTIDAD que la diferencia del resto, haciéndola única y distinta.

Pero la identidad es percibida de manera diferente por los miembros de la organización.

Toda organización tiene su propia ESTRUCTURA que le permite alcanzar sus objetivos y metas.

La estructura de una organización es la articulación de recursos disponibles.

ACTIVIDAD Nº 5

Lea el siguiente texto:

MARIO PEREZ trabaja en una empresa localizada en un parque industrial de la Provincia de Buenos Aires, en esta fábrica trabajaron también su padre y su abuelo.

Es una empresa metalúrgica, que emplea mas de trescientas personas en forma directa y alrededor de cien personas más en forma indirecta.

En el predio donde se encuentra la empresa se pueden observar dos edificios, en uno se localiza la planta industrial y en el otro la administración.

La empresa ha enfrentado muchos problemas económicos, financieros y tecnológicos, los cuales ha podido enfrentar debido a la pertenencia que sienten los empleados

Ahora responda: ¿Qué puede ud. decir a cerca de la misión, la identidad y la estructura de esta empresa?

....

....

....

4.2 LA HABILIDAD DE ADMINISTRAR

EL FUNCIONAMIENTO de una organización demanda la coordinación de tareas y la aplicación de técnicas.



ADMINISTRAR una organización, significa coordinar los recursos con **eficacia** y **eficiencia** en pro de alcanzar los objetivos fijados.

La **eficacia** significa que se han alcanzado los objetivos definidos previamente y la **eficiencia** significa que la organización ha alcanzado los objetivos con los recursos disponibles, haciendo las cosas de manera más rápida y al menor costo o de la manera más barata.

Toda persona que se desempeña en una organización, es UN ADMINISTRADOR

Así este **EMPLEADO-ADMINISTRADOR**, asume la responsabilidad de los resultados finales de su tarea, de un sector y de la empresa, contribuyendo a los mismos.

El conjunto de tareas que realiza y la función que desempeña este administrador, debe basarse en una actividad cuya realización sea indispensable para alcanzar los objetivos de la organización.

Debe ser siempre una tarea real, que contribuya de forma visible y si es posible cuantificable en los resultados finales.

Esta tarea implica la existencia de una autoridad, un responsable que coordine las distintas actividades y así organice a las personas que se encuentran bajo sus órdenes, debiendo establecer con los mismos una adecuada comunicación.

EL PROCESO DE ADMINISTRAR SUPONE LA EXISTENCIA DE DIFERENTES HABILIDADES O CAPACIDADES RELACIONADAS ENTRE SÍ, TALES COMO

- **La planificación**
- **La gestión**
- **El control**





4.3 EL PROCESO DE ADMINISTRAR

El proceso de administrar supone la existencia de determinadas capacidades:

4.3.1 CAPACIDAD DE PLANIFICAR

LA CAPACIDAD DE PLANIFICAR, es la que tiene un administrador para determinar eficazmente las metas de su tarea, proyecto o área, estipulando la acción, los plazos y los recursos requeridos.

La planificación permite:

- Definir hacia donde nos dirigimos.
- Negociar.
- Comunicar a donde nos dirigimos.
- Crear futuro.
- Generar un compromiso.
- Ordenar pensamientos.
- Guiar hacia el objetivo.
- Controlar.

Podemos decir que planificar nos ayuda a crear el futuro, de las decisiones que tomemos hoy dependerá nuestro éxito o fracaso.

Este proceso también ayuda a hacer de nuestro objetivo algo real.

Cuando planificamos en una organización, mejora la comunicación entre sus miembros y en la medida en que se participe de los proyectos, ayudará a aumentar el compromiso en el cumplimiento.

La planificación implica la definición de objetivos, saber con qué estructura de recursos se cuenta y definir los procedimientos que se van a utilizar para alcanzar las metas.

La planificación responde a tres preguntas

1) **¿Cuál es el problema o la oportunidad?**
2) **¿Qué queremos lograr?** Significa determinar el objetivo u objetivos
3) **¿Qué debemos hacer para lograr el objetivo?** Significa articular todas las variables que se relaciones a los fines de alcanzar el objetivo determinado.

Para que los objetivos tengan un significado efectivo para aquellas personas relacionadas en su consecución, es necesario que al establecerlos se tenga en cuenta, que deben ser fijados en función de necesidades concretas de la organización y sus miembros, que haya habido cierta participación entre los empleados, que los diferentes objetivos estén coordinados entre ellos y puedan cuantificarse en cifras.

LA PLANIFICACION es el proceso por el cual se intenta alcanzar, a través de decisiones y acciones adecuadas, los objetivos fijados

4.3.2 CAPACIDAD PARA GESTIONAR

El proceso que transforma la realidad es la gestión.

LA GESTION consiste en un conjunto de actividades que tiende a organizar los recursos disponibles.

El funcionamiento organizacional eficiente se consigue con la planificación y es la planificación la que permite que se definan las actividades.



La gestión consiste en utilizar el conjunto de medios con los que cuenta la organización para lograr los objetivos.

Pero tenga en cuenta que establecer un buen plan, definir adecuadamente los objetivos, distribuir actividades y la ejecución que debe realizar cada miembro de la organización, **no aseguran que el objetivo o los objetivos se hayan cumplido.**

4.3.3 CAPACIDAD PARA CONTROLAR

En la organización se deben verificar que las tareas encomendadas a cada uno de los miembros se desarrollan adecuadamente, ya que su consecución implica lograr los objetivos.

El propósito del control consiste en asegurar que se cumplan los planes o procedimientos y por lo tanto se alcancen los objetivos.

Si existe falta de recursos, obstáculos que no van a permitir lograr los objetivos, el control permite corregir estos problemas y así llegar a los objetivos



Toda organización debe contar con un sistema de control, sin él no podría determinar si ha alcanzado o no los objetivos.

El control es un modo de aprender de uno mismo y así ayudar a realizar cambios de ser necesario cuando existe una diferencia entre los resultados obtenidos y los resultados esperados.

El control es un sistema diseñado para asegurar el cumplimiento de los objetivos.

ACTIVIDAD Nº6
CASO PRACTICO

Continuamos en la empresa donde trabaja MARIO PEREZ.

Mario Pérez está encargado del comedor de la fábrica, que presenta una organización propia, con una administración en el centro de la ciudad por una cuestión operativa de las compras de los insumos necesarios para la elaboración de los alimentos.

Las compras para la provisión de alimentos son muy complicadas, por la variedad de artículos, los cuales pueden ser perecederos o no, enlatados, envasados, frutas, verduras, lácteos, etc.

Esta variedad requiere de una organización especial y coordinación de heladeras, freezer, depósitos, elementos de limpieza, equipos para preparar la comida, etc.

Mario llegó a la empresa y le recordaron que a partir de ese día comenzaría a almorzar un contingente de 30 empleados de un proveedor de la empresa. Por nota le había avisado casi con un mes de anterioridad.

Francisco. Ahí se dio cuenta de que no lo había recordado y por lo tanto no había previsto las compras suplementarias que debían haberse hecho, eran 150 almuerzos más en la semana!!!!!

No solo tendría que salir a comprar en la zona, que implicaba aumentar los costos, sino que no sabía si iba a contar con personal para que lo asistiera y si le iban a autorizar el efectivo necesario para las compras, dado que este proceso era lerdo y minucioso. El comedor de la planta responde a una

política de mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, así una nutricionista confecciona las dietas y le da instrucciones a la cocinera sobre la forma en que debe preparar determinados platos y en este grupo nuevo no se habían podido evaluar si existían dietas específicas porque nadie se acordó de cúando comenzaban a almorzar en la planta.

Lo cierto fue que se necesitaba dinero para hacer las compras y desde la administración les preocupaba la improvisación, tampoco alcanzaban las personas de cocina para preparar toda la comida, y las horas pasaban. Los empleados estaban irritados porque trataban de hacer lo que podían y Mario les exigía cada vez más, manifestándole que debía llamar a dos o tres personas más...

A partir de este caso

1) Analice lo sucedido a partir de las distintas habilidades que necesita un administrador, en este caso Mario.

2) De acuerdo a lo estudiado. ¿Cómo debería haber actuado Mario? Y, en función de su apreciación elabore una nueva situación en donde se corrijan los errores que a su criterio han ocurrido, siempre teniendo en cuenta las capacidedes estudiadas.

....

....

....

....

5.- LA ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA

Las ORGANIZACIONES PRODUCTIVAS son aquellas organizaciones económicas en donde se combinan diferentes factores de la producción para la producción de bienes o servicios, con el fin de satisfacer necesidades y obtener beneficios o utilidades económicas.

Son las empresas, las que por definición, asumen el rol productivo de la economía.



La organización productiva, como **SISTEMA** se encuentra inserta en un sistema más amplio, el sistema social con el cual interactúa y se influyen de manera permanente.

Como sistema tiene la finalidad de transformar recursos en bienes o servicios.

Se comporta como unidad organizada, cuya existencia se debe a un **OBJETIVO** demandado por la sociedad

Dentro de este sistema están incluidos subsistemas que conforman actividades realizadas por sus miembros.

SUBSISTEMA SOCIAL	Comprende a las personas miembros de la organización
SUBSISTEMA ADMINISTRATIVO	Comprende la estructura de la organización
SUBSISTEMA TÉCNICO	Comprende todos los procedimientos y tecnologías utilizadas en los procesos de producción

5.1 El PROCESO DE PRODUCCIÓN

El PROCESO DE PRODUCCIÓN de una organización productiva, le corresponde al **ÁREA de PRODUCCIÓN** la cual forma parte del Subsistema Técnico.

5.2 EL DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

El primer paso de un PROCESO DE PRODUCCIÓN es el DISEÑO de bien o del servicio y comprende:

A) Diseño del PRODUCTO:

TODO PRODUCTO COMIENZA POR UNA IDEA.

Son muchas las características que deben ser atendidas para diseñar un producto, que responsan a las necesidades de los consumidores y a las posibilidades de elaboración por parte de la organización.

Las características más relevantes a tener en cuenta para el diseño del producto son:

1) que el producto cumpla las funciones que satisfagan las necesidades del consumidor.

2) que el valor del producto esté de acuerdo al beneficio que el consumidor espera recibir de la utilización del producto.



3) La facilidad del manejo del producto.

4) La calidad del diseño debe ser tal que motive al consumidor.

5) El valor estético es decisivo para la compra.

6) Que el producto sea confiable, que se relacione con el desempeño funcional del mismo.

7) La vida del producto en términos de durabilidad.

8) La disponibilidad de los insumos necesarios para la fabricación del producto.

9) Unificar el diseño a los efectos de facilitar el proceso de fabricación.

B) Diseño de SERVICIO



El diseño de un servicio contiene los mismos items que el de un producto.

1- se inicia con la identificación de una necesidad del consumidor.

2- se elabora un concepto de servicio que satisfaga esa necesidad.

3- no tienen componentes tangibles, a diferencia de los productos.

Los servicios presentan dos aspectos fundamentales que se relacionan con la cantidad de veces que se tiene contacto con el cliente y la intensidad de la mano de obra que es necesaria para la prestación.

En función de esto los servicios pueden ser:

a) **Servicios de capital intensivos:** poco contacto con el cliente, por ejemplo servicios postales, cajeros automáticos.

b) **Servicios masivos**: poco contacto con el cliente pero mano de obra intensiva como por ejemplo las cafeterías.

c) **Servicios personalizados**: mucho contacto con el cliente y mano de obra intensivo como por ejemplo las agencias de viajes, los servicios médicos.

d) **Servicios profesionales**: mano de obra intensivos y mucho contacto con el cliente, como por ejemplo la asistencia de un abogado o contador.

Una vez diseñado el producto o el servicio, se deberán administrar las operaciones que transformarán los insumos en los productos o servicios diseñados.

ACTIVIDAD Nº 7
El diseño de un servicio implica el diseño de un producto ...
Lea el siguiente artículo y conteste a continuación.

La telefonía celular en argentina comenzó a operar a partir del año 1994. por ese entonces dos fueron las empresas encargadas de brindar el servicio, CTI Y TELECOM PERSONAL, hoy personal.

La implementación del servicio de telefonía celular, llevó a diseñar nuevos productos atendiendo a las características de este nuevo mercado de consumidores.

1) Usando como referencia un modelo de celular o de su celular, diga si se han tenido en cuenta determinadas características al diseñarlo y justifique.

2) Diga qué tipo de servicio es el servicio de telefonía celular de acuerdo a la clasificación vista anteriormente

5.3 LA ADMINISTRACIÓN DE LAS OPERACIONES O EL PROCESO.

LA PLANIFICACION es el proceso por el cual se intenta alcanzar, a través de decisiones y acciones adecuadas, los objetivos determinados. Para esta “organización productiva” el objetivo es la producción de un bien o la prestación de un servicio, los cuales han sido previamente diseñados.

A partir del diseño se establecieron:

1. Los objetivos de la organización productiva a futuro o sea el QUE ha de producirse

2. Los medios con los que la organización cuenta para alcanzar esos objetivos, o sea **EL COMO, CON QUE Y DURANTE CUANTO TIEMPO** ha de producirse ese producto diseñado.

5.4 EL PROCESO DE ELABORACIÓN

Una vez definido el diseño y los medios, es necesario conocer los PROCEDIMIENTOS

LOS PROCEDIMIENTOS son el conjunto de operaciones organizadas que transformarán los insumos en productos.

Los procedimientos pueden clasificarse según el grado de intervención del hombre y según la continuidad del proceso.

SEGÚN EL GRADO DE INTERVENCIÓN DEL HOMBRE LOS PROCEDIMIENTOS PUEDEN SER

1) **Manuales**: en los cuales las operaciones son llevadas a cabo por personas.

2) **Mecánicos:** en los cuales las operaciones son compartidas entre personas y máquinas.



3) **Automáticos:** en los cuales la intervención humana se limita a supervisar las operaciones que son realizadas por máquinas generalmente controladas por computadoras.

ACTIVIDAD Nº 8

1) La fabricación de conservas y dulces artesanales, que tipo de procedimiento es? Justifique su respuesta.

2) Escriba al menos dos ejemplos de procedimientos mecánico y automático de producción.

....

....

SEGÚN LA CONTINUIDAD DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN PUEDEN SER:



1) **Procesos continuos:** son aquellos procesos de producción que funcionan en forma permanente sin detenciones ni arranques, no interrumpidos, excepto por reparaciones o mantenimientos de las máquinas para mantener el alto rendimiento. Como por ejemplo la industria del acero, del petróleo, química, etc.



2) **Procesos repetitivos o en series:** son aquellos procesos que producen artículos en grandes cantidades, en masa a intervalos regulares, en donde se producen grandes cantidades de productos homogéneos, como por ejemplo la industria automotriz, electrónica, juguetes, alimentos, etc.

Generalmente estos procesos son mecanizados e incluso automatizados, los ajustes de las máquinas son escasos, los volúmenes son elevados, la mano de obra es poco especializada y existe un servicio de mantenimiento permanente.



3) **Procesos de producción intermitentes**: son aquellos procesos que producen artículos en pequeñas cantidades de acuerdo a requerimientos del cliente y sobre la base de pedidos de manera individual. Es conocida como producción a pedido.

Este proceso se caracteriza por bajo volumen de producción por producto, trabajo a pedido, alto costo de reparación, alto grado de especialización de la mano de obra, falta de materias primas, poca dependencia de cambios en el mercado.

ACTVIDAD Nº 9

Busque por lo menos tres ejemplos de los diferentes procesos productivos según sea su continuidad

....

....

....

5.5 ASPECTOS IMPORTANTES DE LA ORGANIZACIÓN PRODUCTIVA

La organización de tipo productiva, o la empresa productiva transforma materias primas a través de un proceso productivo con la finalidad de obtener bienes.

En este proceso de transformación intervienen los estudiados factores de la producción, tales como materias primas, maquinarias, recursos humanos.

El valor de estos componentes constituyen el **precio de costo industrial del bien**, no solo son determinantes del precio de venta los valores de las materias primas, sino también lo son los costos que insume la transformación de esos insumos para obtener el bien.

En la organización productiva, la **POLÍTICA DE INVENTARIOS** es fundamental para el éxito o fracaso de la misma.



Cuando decimos INVENTARIO hacemos referencia a existencias en unidades o cantidades de bienes, de materias primas, etc.

El sistema de inventarios establece las políticas y los controles a realizar con relación por ejemplo a las materias primas (son los productos necesarios para ser transformados en los bienes finales objeto de la actividad de la orga-

nización), los productos en proceso de elaboración (o en curso de elaboración, aun no terminados), los productos terminados (son aquellos bienes que se encuentran en condiciones de ser comercializados), los suministros (no forman parte del producto o del proceso pero se utilizan para que el proceso no se interrumpa como por ejemplo los servicios de mantenimiento de las maquinarias, etc), materiales accesorios, etc.

Este sistema hace un seguimiento, controla y toma decisiones en relación con las existencias.

El objeto de los inventarios, es equilibrar los ritmos de la actividad de la organización productiva, sirviendo como reguladores de

1) las ventas y la producción
2) la producción y las compras

La cantidad de productos vendidos, determinan simultáneamente la necesidad de insumos para transformar y elaborar y en consecuencia se debe contar con la existencia de los mismos a los efectos de no interrumpir la producción y por lo tanto la venta.

El faltante de materias primas o insumos podría provocar la paralización de la producción, lo que traería serias consecuencias para la organización. También el exceso de insumos traería consecuencias.

Es por ello que debe haber una estricta relación entre el **CONSUMO** de las materias primas en el proceso, su **EXISTENCIA** en el deposito o almacén y el **PERIODO** necesario para su **REPOSICIÓN**.

RECUERDE que al hacer mención de materias primas, queremos incluir a todos los elementos que forman parte del producto, no solo los necesarios para el proceso productivo, sino también los elementos que forman parte tales como etiquetas, envases, cajas, etc

Estos bienes que produce la organización, económica y contablemente son denominados BIENES DE CAMBIO, hecho que obliga a mantener un estricto control para determinar su existencia.

De acuerdo al tamaño de la organización este control se realiza por métodos manuales o computarizados, y su efectividad radica en que todos los movimientos

se documentan mediante documento o comprobantes en donde se registran los movimientos de ingreso y egreso y que permiten obtener la información necesaria para determinar si la organización está cumpliendo con los objetivos, fijados.

Recuerde que el objetivo de esta organización es la producción de un bien y de los adecuados controles depende que la misma continúe o desaparezca como unidad económica.

Un tema importante en la organización productiva se refiere al mantenimiento de la **CALIDAD** de los productos que elabora.

La palabra calidad significa que el producto reúne un conjunto de atributos o propiedades que nos permite emitir un juicio de valor a cerca de él. En este sentido podemos decir que un producto es de una calidad excelente, regular, buena o mala.

No obstante la cantidad de definiciones de **CALIDAD**, existen definiciones de carácter popular que permiten dar un concepto sintético de lo que significa, tal como:

- la calidad es la adaptación al uso
- la calidad es hacerlo bien la primera vez y todas las veces
- la calidad es la percepción del cliente
- la calidad proporciona un producto a un precio que el cliente puede pagar

Sin embargo es difícil cuantificar la calidad, puesto que es subjetiva y debe diferenciarse del concepto de cantidad.

6.- EL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS

La tenencia o posesión de bienes o el uso de servicios se da a través del CONSUMO.

Al consumo se lo define como ***"la apropiación y los usos de los bienes o servicios influenciada por las características de los procesos socioculturales en que se realiza"***

Estos bienes o servicios pueden estar a disposición en cualquier parte y pueden consumirse de diferentes maneras.

El hecho de que existan bienes o servicios, los transforma en potencialmente consumibles, dado el derecho legítimo a todos los individuos de una sociedad al de aspirar a tenerlos para satisfacer sus necesidades.

6.1 EL DINERO PERMITE EL CONSUMO



EL CONSUMO es un fenómeno que implica muchas relaciones; de dominación, de imitación, etc.

EL CONSUMO es una elección de la persona y depende de su cultura, que le permite satisfacer sus necesidades, obteniendo así por ejemplo placer, mejores condiciones de vida, gratificaciones, etc.

Cuando paseamos por un shopping, muchas veces no se tiene como objeto el consumo de bienes o servicios concretos, pero el estar físicamente en el shopping y no consumir es parte de un consumo simbólico. Aunque uno no pueda comprar los bienes o servicios, la sola ilusión de que pueda llegar a hacerlo, el simple consumo estético de las luces o de un televisor en un vidriera, proporcionan placer y hacen que la persona se sienta partícipe de ese mundo.

EN LAS ULTIMAS DÉCADAS EXISTE UNA PARTICULAR INTENSIFICACIÓN DE ACTITUDES Y COMPORTAMIENTOS SOCIALES EN TORNO AL CONSUMO DE BIENES Y SERVICIOS.

6.2 LA SOCIEDAD DEL CONSUMO

El ser humano siempre ha sido consumidor, ha demandado bienes o servicios para satisfacer sus propias necesidades.

Pero actualmente mas allá de satisfacer sus propias necesidades primarias, tiende a crear una serie de hábitos y modos de vida que lo llevan a consumir por diversas razones.

Así surge la llamada sociedad consumista, que se caracteriza por:

1) superproducción.
2) creación de nuevas necesidades y nuevos lujos.
3) predisposición a comprar.
4) despilfarro.

En este mundo se produce una doble paradoja:

1) por una parte, las personas que tienen acceso a numerosos bienes y servicios jamás se sienten satisfechas.

2) y por otra parte, existen seres humanos que no pueden satisfacer sus necesidades elementales o primarias.

La era del consumo, poco a poco fue extinguiendo el valor de la existencia de las costumbres y tradiciones de cada región, produciendo una cultura nacional y de hecho internacional.

Muchas veces lo que se consume son signos o imágenes de los objetos.

La función de estos símbolos será la de satisfacer y gratificar los deseos y ambiciones personales de los consumidores.

“Hablar de sociedad del consumo es sostener que el consumo ha derivado en consumismo, es reconocer que mas allá de satisfacer necesidades se aspira a una vida más confortable, y se vive socialmente una ansiedad por poseer cada vez más”

Podemos advertir que a menudo, una vez adquiridos los bienes los servicios, se produce una desvalorización de los mismos, ya que pareciera que el bien o el



servicio poseído ya no interesa tanto como el que aún no se posee.

De allí que se afirma que el consumidor es un permanente insatisfecho y el consumo se torna sinónimo de ideologías, mitos, ídolos, modas y por supuesto objetos

Hoy vivimos una realidad determinada por la compulsión al consumo, la globalización y el avance tecnológico, donde los medios de comunicación son mas vehículos de marketing que de información y además se vive encerrado en un mercado y no en una sociedad.

“ **la sociedad de consumo consiste en una forma de consumir impuesta por el sistema capitalista de producción,** que se extiende no solo a los países desarrollados sino a todos los países del planeta...”

6.1.1 EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Estudiar las necesidades del individuo permite interpretar sus actitudes y comportamiento con relación al intercambio.

Las estrategias de comercialización, también conocidas como técnicas de marketing, buscan incentivar el consumo, o sea generar la demanda de un bien o servicio a través de distintas técnicas como son la publicidad, las promociones o el envoltorio de un producto, etc.

Lo cierto es que, aunque la necesidad preexista, es el marketing a través de sus técnicas el que crea en los individuos un deseo mayor que deben satisfacer y por lo tanto provoca la demanda.

Recuerde que los conceptos de necesidades Ud. los estudió en el módulo 4.

La necesidad recorre toda la escala de prioridades o apetencias, desde la angustia producida por la sed o el hambre, la necesidad de contar con una vivienda propia, hasta la necesidad más frívola que puede experimentarse en la necesidad de realizar un viaje, tener un auto último modelo o simplemente un capricho de menor importancia.

Las necesidades del consumidor van formando una escala de valores con sus apetencias y deseos.

Las distintas disciplinas tratan de determinar la conducta del consumidor.

La economía supone que el consumidor es lógico y racional y su decisión de consumir o no depende de dos variables, el precio y la cantidad de los bienes o servicios disponibles.

La psicología supone que la decisión de los consumidores dependen de las comunicaciones, la observación, la imitación de otros consumidores, las experiencias personales, etc.

Existen posturas teóricas que consideran que el consumidor no maneja el poder de decidir si compra o no tal bien o servicio, sino que son los productores de los bienes o servicios, los que manipulan a los consumidores a través de los medios, especialmente los medios de publicidad.

Además la producción crea nuevos bienes o servicios que a su vez determinan nuevas necesidades, es decir que los bienes y servicios no satisfacen necesidades reales sino que son generador de las mismas.

Por ejemplo, para un adolescente el valor de un zapato está en la moda. Es necesario que el mismo sea el que se usa. El precio y la duración carecen de importancia.

Para el mismo adolescente, años después convertido en padre, la moda se convierte en una restricción, no comprará algo fuera de la moda, pero buscará como prioridad, mayor duración, menor precio, comodidad, entre otras ventajas.



El zapato de gran moda es una compra racional para la adolescente, ya que vestir a la moda es su mayor preocupación, sus restantes necesidades de alimentación, vivienda, etc. en general están a cargo de sus padres.

6.1.2 DISPARADORES DEL CONSUMO

EXISTEN NUMEROSOS MOTIVOS QUE HACEN QUE EL INDIVIDUO TOME DECISIONES DE COMPRA, ALGUNOS DE ELLOS, SON:

1) **Motivos culturales:** dependiendo del lugar al que pertenece el individuo,

su forma de pensar dentro de un grupo social específico, sus tradiciones y nivel socioeconómico.

2) **Motivo de status:** este factor es uno de los más influyentes en los consumidores, ya que mediante los medios de comunicación se deja una imagen mental de lo que el individuo debe buscar como modelo de vida a seguir, por lo tanto, provoca que los diferentes estratos socioeconómicos aspiren a esa forma de vida causando el consumismo.

3) **Motivo afectivo:** el disparador afectivo ataca a los procesos mentales del individuo para que éste prevea posibles problemas que se le podrían presentar tanto a sus seres queridos, como en sus expectativas. Es considerado como un excelente manipulador de la clientela para crear adicción y consumo de productos o servicios.

4) **Motivo de necesidad**: este disparador se basa en mostrar lo necesario que el consumo de un bien o servicio resulta para la vida cotidiana

5) **Motivo de estandarización o masificación:** este disparador funciona haciendo notar que el bien o servicio que se oferta es adquirido o usado por "todos".

LOS MOMENTOS DEL CONSUMO:

Antes del consumo	Durante el consumo	Después del consumo
El consumidor identifica el bien o servicio que satisface su necesidad. El consumidor se vale de la información que recibe del oferente o productor por medio de la publicidad, conociendo atributos, características y beneficios que brinda el bien o el servicio.	Los bienes o servicios seleccionados por el consumidor se encuentran disponibles, gracias a los canales de distribución utilizados por el oferente, estando en los lugares y momentos específicos para que se realice el intercambio.	Luego de haber adquirido el bien o el servicio y haberlo utilizado, el consumidor asume una actitud de satisfacción o insatisfacción de sus necesidades, lo que generará ser fiel o no a una marca.

Para leer...
El CONSUMO sirve para pensar

EL CONSUMO, lo que se tiene o no se tiene, son variables que hoy pueden ser la identidad de un individuo, de una ciudad de una comunidad y de hasta un país.

La globalización permite el acceso al conocimiento de una gran variedad de bienes y servicios, pero el problema comienza cuando se debe hacer la elección sobre cuál bien o servicio



es mas conveniente o cuales son los atributos que diferencian uno de otros.

Estas son las preguntas mas comunes que se hacen los consumidores ante la gran cantidad de bienes y servicios que se ofrecen en los diferentes mercados. Por ejemplo cuando uno va a un hipermercado, en las góndolas se exponen varias marcas del mismo producto. La pregunta que se hacen los investigadores de marketing es, que factores utilizan los consumidores para seleccionar un bien en vez de otro, es decir cuál es el esquema de decisión de cada uno.

La compra o adquisición de un bien o un servicio, no se hace porque sí. Todo tiene un motivo, puede que no sea solamente por satisfacer necesidades, sino por el fin de darle una utilidad en particular, por ejemplo luego de consumir una bebida, utilizar la botella como florero.

Existen muchos enfoques que intentan explicar la manera en que va a actuar el consumidor ante una gran variedad de objetos y productos.

García Canclini, en su obra "Consumidores y Ciudadanos" define al consumo como un proceso sociocultural en el que se realiza la apropiación y los usos de los productos, por lo tanto el consumo no es un acto irreflexivo y compulsivo. Esto afirma que el consumo sirve para expandir la economía de un país, reactivar la producción, dar empleo y también para diferenciar y determinar distintos niveles socioculturales.

Para que el consumo sea un lugar para pensar, es necesario que exista una vasta y diversificada oferta de bienes y servicios, y mensajes representativos de la variedad internacional de los mercados, acceso fácil y equitativo para la mayoría, también es necesaria la existencia de información confiable.

Estos son algunas de las condiciones que se tienen que presentar para que el consumo no sea una simple adquisición de bienes o servicios, sino más bien un proceso sociocultural en donde interactúan los hombres para satisfacer sus necesidades, para integrarse con otros y distinguirse de ellos.



ACTIVIDAD Nº 10

En base a lo leído sobre el consumo: imagine y escriba una situación de compra o de consumo e identifique los diferentes momentos.

....

....

....

6.3 EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES

La evolución de las estructuras sociales y el reclamo de las personas por el reconocimiento de sus derechos, han permitido la aparición de una nueva categoría de derechos. EL DERECHO DE LOS CONSUMIDORES.

El Consumidor hoy tiene derecho de reclamar cuando lo comprado o el servicio prestado no le es proporcionado con la calidad o en los términos que le fueron prometidos, condiciones bajo las cuales se pactó la compra o el uso de algo.

El proceso de globalización desarrollado ha impulsado la producción masiva para el consumo masivo, el mayor ingreso de productos a los distintos mercados, una feroz competencia por vender incitando al crédito y al endeudamiento, a veces con información insuficiente y publicidad cada vez más agresiva, perturbando la espontaneidad de elección, de libertad y racionalidad por parte de los consumidores.

En este escenario se hizo necesaria la intervención de Estado para que promoviera una protección jurídica integral de los consumidores.

Los derechos de los consumidores como derechos constitucionales

La Constitución Nacional, en su reforma de 1994, incorporó en el **Artículo 42 los derechos de los consumidores.**

Allí se define al conjunto de los consumidores y usuarios de bienes y servicios –tanto públicos como privados– como un grupo merecedor de derechos con relación al consumo.

• **Se enumeran derechos para los consumidores** tales como la protec-

ción de la salud, protección de los intereses económicos de los consumidores, derecho a la información completa y veraz, a la libertad de elección, a condiciones de trato equitativo y digno y a la educación para el consumo.

• **Se imponen condiciones del lado de la oferta para la provisión de bienes y servicios.** En este aspecto, el Estado debe defender la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, controlar los monopolios naturales y legales y asegurar la calidad y eficiencia de los servicios públicos nacionales.

• **Se ordena la creación de instituciones y marcos regulatorios que estimulen la eficaz defensa de estos derechos** para la prevención y solución de conflictos, que deben incluir la participación de asociaciones de consumidores y usuarios en los organismos de control.

Leyes Sancionadas por el Congreso Nacional

Ley Nº 24240 de Defensa del Consumidor es una de las más relevantes en la protección de consumidores y usuarios.

En ella se define qué es un consumidor o usuario y a qué información tiene derecho, impone condiciones para la oferta y la venta de ciertos productos y servicios e incluso establece los requisitos de garantías de algunos productos y/o servicios. Impone además condiciones según el tipo de producto o prestación. En el caso de los servicios públicos domiciliarios (Artículos 25 al 31) establece que la ley es aplicable, sólo supletoriamente, a la legislación específica que controla los entes reguladores de cada sector.

Ley 25156 de Defensa de la Competencia regula los mercados y los servicios públicos.

Establece cuáles son los acuerdos y prácticas prohibidas para las empresas, qué se considera posición dominante, cuáles son los requisitos para la formación de concentraciones y fusiones y crea el Tribunal Nacional de Defensa de la Competencia. Se trata de un organismo autárquico, dependiente del Ministerio de Economía, cuyo fin es aplicar y controlar el cumplimiento de la ley. Entre sus funciones se encuentran la de organizar el Registro Nacional de la Competencia, promover e instar acciones ante la Justicia, propiciar soluciones consensuadas entre las partes, suscribir convenios con asociaciones de usuarios y consumidores para la promoción de la participación de las asociaciones de la comunidad en la defensa de la competencia y la transparencia de los mercados y llamar a audiencias públicas, entre otras.

Asociaciones de Consumidores

Cumplen una función social relevante, al velar por los derechos de los usuarios y fomentar su participación en los procesos de intercambio de bienes y servicios. El Estado las reconoce y les asigna la función de defender, informar y educar al consumidor. Se puede acudir a ellas, tanto para iniciar alguna acción conjunta como para obtener información y orientación.

Si desea obtener datos sobre las distintas asociaciones registradas por provincia o acerca de los requisitos necesarios para conformarlas, consulte a la Secretaría para la Defensa de la Competencia y el Consumidor.

7.- LAS ACTIVIDADES ECONÓMICAS

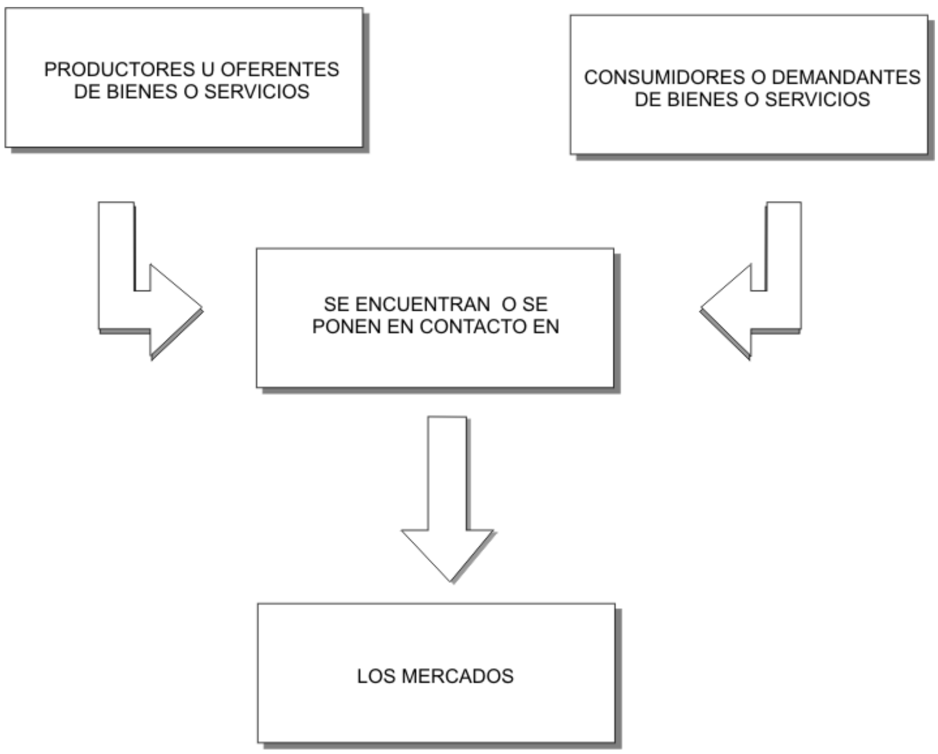
Hemos estudiado el proceso de producción de bienes y servicios y el consumo de manera independiente.

Ahora ¿Qué ocurre cuando productores y consumidores entran en contacto?

Se generan las actividades económicas

Las actividades económicas tiene lugar a través de los mercados.

LOS MERCADOS se definen como "instituciones o mecanismos donde concurren productores y consumidores de bienes y/o servicios, para realizar transacciones comerciales"



EXISTEN LOS MERCADOS SI ENTRE LOS PRODUCTORES
Y CONSUMIDORES SE DA UNA

RELACIÓN DE INTERCAMBIO, conocida como
un proceso de compra-venta

ESTA RELACIÓN DE INTERCAMBIO O DE COMPRA VENTA SIGNIFICA
QUE EXISTEN BIENES O SERVICIOS QUE SON DE INTERÉS
PARA LOS PRODUCTORES Y PARA LOS CONSUMIDORES.

LOS PRODUCTORES- OFERENTES- ESTÁN DISPUESTOS A
ENTREGAR BIENES O SERVICIOS A CAMBIO DE RECIBIR
EL PRECIO QUE PIDEN POR ELLOS- **REALIZAN LA VENTA**

LOS CONSUMIDORES- DEMANDANTES- ESTÁN DISPUESTOS A
PAGAR EL PRECIO QUE LOS PRODUCTORES PIDEN PARA
OBTENER ESE BIEN O SERVICIO

Así, los mercados constituyen el centro de la actividad económica y muchas de las cuestiones y temas interesantes de la economía se refieren a su funcionamiento

7.1 LOS CONSUMIDORES O LOS DEMANDANTES SE VINCULAN CON EL TERMINO DEMANDA

Desde la economía, hablar de **DEMANDA**, es hacer referencia al comportamiento del hombre en el **proceso de consumo**.

El CONSUMO O LA DEMANDA DE un bien o un servicio, depende de variables, como son por ejemplo:

1) **El precio** de un bien o servicio en particular.

2) **la cantidad de ese bien** o servicio que los consumidores estarán dispuestos y en condiciones de adquirir, a ese precio durante un período específico.

3) **el ingreso disponible**, con que cuente una persona para realizar una compra.

4) **el precio de otros bienes relacionados**. Cuando decimos bienes relacionados hacemos mención a bienes sustitutos o complementarios.

Son bienes sustitutos, los bienes que sustituyen a los bienes o servicios habituales, por ejemplo la carne de pollo o de pescado son sustitutos de la carne vacuna.

Si suponemos que la carne vacuna aumenta su precio, es posible que los consumidores dejen de consumirla y demanden carne de pescado o de pollo.

Son bienes complementarios los bienes que se utilizan de manera conjunta, por ejemplo los automóviles y el combustible, los teléfonos celulares y las tarjetas con créditos.

Si suponemos que el valor de los automóviles aumenta, se dejarán de demandar y en consecuencia la venta de combustible disminuirá.

5) **Los gustos, actitudes y preferencias de los consumidores, o circunstancias especiales a las que se ven expuestos los consumidores**

Un cambio en los gustos o preferencias de los consumidores lleva a que se demande mayor o menor cantidad de un bien o un servicio.

La moda es un buen ejemplo de lo que ocurre en un mercado cuando atrae a los consumidores; la lluvia incrementa el número de usuarios de taxi.

7.2 LOS PRODUCTORES U OFERENTES SE VINCULAN CON EL TERMINO OFERTA

Desde la economía, hablar de **OFERTA**, es hacer referencia al comportamiento de los productores o vendedores.

Refleja la disposición que tienen de ofrecer bienes o servicios a cambio de

un pago o reconocimiento expresado en un precio.

La oferta de determinado artículo se define como “las diferentes cantidades que los productores estarán dispuestos y en condiciones de ofrecer en el mercado en función de los distintos niveles de precios posibles, en determinado tiempo”.

Los productores u oferentes buscan obtener utilidades mediante la venta de sus bienes o productos.

El precio para el productor es el que determina el ingreso que le permite cubrir los costos de producción o adquisición del producto y las ganancias esperadas, de tal manera que cuando los precios suben los oferentes se motivan a ofrecer mayor cantidad de productos y viceversa.

La **oferta de bienes o servicios**, está condicionada por:

1) El número de empresas vendedoras que hay en el mercado.

2) El costo de los insumos y de los diferentes recursos utilizados en la producción del bien.

Así los precios de los insumos aumentan, se elevan los costos de producción y es posible que se disminuya la ganancia.

3) La tecnología.

Las mejoras en la tecnología hacen posible que las empresas produzcan la misma cantidad de productos e incluso aumente su producción con menores recursos, lo que permite reducir los costos de producción y aumentar la oferta. Estas mejoras tecnológicas permiten aumentar la oferta de bienes.

4) El tiempo de duración de los bienes producidos, o el necesario para responder al cambio de precios.

Si un bien puede ser almacenado por un período largo de tiempo podrá ser guardado por el productor en el caso de precios que no sean favorables, reduciendo la oferta, de la misma manera podrá aumentar la oferta cuando su precio aumenta, lo cual no ocurre con los bienes perecederos.

TRABAJO PRÁCTICO INTEGRADOR

Alumno: ....
Plan: ....
Sede ....

Criterios de evaluación

- Transferencia de contenidos conceptuales a situaciones diarias
- Claridad conceptual

Actividad 1

Lea y conteste:

Había una vez…

Como todos los días, Pancho se levantó a las 4,30 de la madrugada.

Luego de ducharse y afeitarse, tomó unos mates y partió a la parada del ómnibus con el tiempo justo para llegar al trabajo.

JULIA, su esposa, le había dejado un encargo de compras que debía realizar en el pueblo antes de volver a casa. Así estaban planteadas las cosas: JULIA se ocupaba de ordenar la casa, de atender a los chicos y, a veces, trabajaba como peluquera a domicilio. Pancho se ocupaba de trabajar en un empleo fijo y, respecto al hogar, de completar las compras domésticas en el pueblo. También se ocupa, ocasionalmente, de organizar salidas de esparcimiento con los hijos y la esposa. La casa se mantiene siempre ordenada aún cuando TOMÁS y LAURITA, los hijos, juegan en ella con sus amigos, mascotas, bicicletas,etc..

Los ingresos que aportaba Pancho alcanzaban razonablemente para cubrir los gastos fijos del hogar. Los aportes del trabajo de JULIA eran bienvenidos para los gastos extras que, aunque se trataban de evitar, siempre aparecían. JULIA era una persona particularmente ordenada. Hasta anota-

ba metódicamente, en una lista escrita, los encargos de las compras de la casa que había que hacer en el pueblo, para que FRANCISCO no las olvidara. Y de paso también anotaba las que presentaban los chicos, que siempre tenían demandas extras que había que recordar para que no se frustraran.

1) Teniendo en cuenta lo estudiado sobre demanda:

a) ¿De qué depende el consumo de la familia de Pancho?

b) Suponga que Julia encuentra un trabajo en relación de dependencia. ¿Qué significa este ingreso extra para ellos?

Actividad 2

Lea detenidamente el caso planteado, si es necesario subraye lo que considere más importante y posteriormente conteste las siguientes preguntas:

1) ¿Cuáles fueron los inconvenientes y obstáculos que debió enfrentar Juan Sebastián en su día de trabajo?

2) ¿Cuáles acciones debió improvisar para corregir los inconvenientes que se le presentaron?

3) ¿Qué debería tener en cuenta, en términos de planificación, gestión y control, Juan Sebastián para evitar estos problemas en el futuro?

La empresa donde trabaja Juan Sebastián está localizada en un parque industrial de la Provincia de Córdoba.

Es una empresa metalúrgica que emplea 330 personas..

Un grupo de 25 trabajadores pertenece a la concesión del restaurante destinado a dar el almuerzo a los 330 empleados de la empresa.

La empresa se ha visto afectada por sucesivos problemas financieros, económicos y tecnológicos que han hecho que, para optimizar costos y calidad de trabajo, se articulara con una red de proveedores por esta razón se ha concesionado el comedor destinado al personal para evitar complicaciones en la realización de compras a proveedores diferentes con los que la empresa trata habitualmente.

Juan Sebastián es el encargado del Comedor del Personal. Es un área que, al estar concesionada, presenta una organización propia.

La administración central localizada en la Ciudad de Córdoba, de la cual dependen las aprobaciones de compras cuando éstas son de un monto superior a los $5.000.

Las compras de valor inferior al mencionado están a cargo de la organización y programación de Juan Sebastián.

Las compras de provisión de alimentos son muy complejas por la variedad de artículos perecederos y no perecederos que se deben adquirir, enlatados, envasados y a granel, frescos, verduras, frutas, lácteos, cárnicos, artículos de limpieza, etc. Esta variedad requiere de una organización especial y la coordinación con heladeras, freezer, depósitos, equipos de limpieza, equipos de preparación inmediata. La logística de las compras es compleja y demanda un fuerte trabajo de equipos: es decir, equipo de cocina, equipo de depósitos, equipo de mantenimiento y limpieza.

Juan Sebastián llegó a la empresa, uno de los ayudantes de cocina le comunicó que un nuevo contingente de 30 trabajadores de uno de los proveedores de la empresa metalúrgica, se había agregado a las previsiones de los almuerzos de la semana.

En ese momento, Juan Sebastián se dio cuenta de que no lo había recordado y, por lo tanto,

no había previsto las compras suplementarias que debían haberse hecho, ni había analizado los costos adicionales que el nuevo contingente le traería. Son 150 almuerzos más en la semana, pensó. Ahí se dio cuenta de que para ese mismo día, debía cubrir el déficit comprando en los comercios minoristas del pueblo, con lo cual, los costos se le irían a las nubes por no poder contar con los precios mayoristas para sus presupuestos.

No sabía si podría obtener rápidamente un estado de situación del stock, ni si contaba con la disponibilidad de ayudantes para comprar la mercadería y descargarla en tiempo y forma. Tampoco sabía si ETHEL tendría disponibilidad de efectivo para realizar las compras, ni si los comercios del pueblo le permitirían diferir el pago para el jueves o el viernes.

MARITA (la Cocinera Jefe) lo llamó para preguntarle si debía modificarse el menú del día dado que a ella no le habían informado sobre la llegada del contingente y, para atenderlo, se estarían necesitando compras suplementarias. Solicitó también que se le informara cuáles serían las dietas especiales que debían preverse para el nuevo contingente, y que se le entregara con ellas la autorización de la nutricionista.

Juan Sebastián le contestó que no se preocupara; que él iría luego a la cocina para acordar el menú de la semana (en cantidad y calidad) y las compras más urgentes del día.

Mientras tanto, Juan Sebastián se preparó para analizar si el contingente incluía personas con dietas especiales. En ese caso, debería comunicarse con la nutricionista para que confeccionara las dietas y también para que le llevara las instrucciones y menús alternativos a la Cocinera Jefe. Luego tendría que analizar el stock del depósito con la Cocinera Jefe, e ir al pueblo a hacer las compras.

Juan Sebastián hizo pasar al responsable del servicio y analizó con él los problemas del funcionamiento y el presupuesto que la empresa le presentaba. Después de analizarlo, Juan Sebastián se lo devolvió porque faltaba incluir el servicio de mantenimiento anual, la garantía y una bonificación que habían acordado de palabra. El responsable del servicio respondió que nada de ello le había sido solicitado por escrito y que, por lo tanto, la empresa no lo había tenido en cuenta como condición para que el servicio fuera contratado. Más tarde y para distender la situación, se pusieron a conversar sobre problemas de mantenimiento de tanques de agua en otras empresas o sectores que elaboran alimentos.

Esta charla fue interrumpida por la Sra. CATALINA (encargada de personal del restaurante concesionado) que le avisaba que tres ayudantes de cocina y dos peones de limpieza habían faltado por estar enfermos, y que JULIO CESAR (el parrillero) avisó que no podía venir porque tenía a su hijo internado en el hospital.

Juan Sebastián llamó a MARITA para analizar cómo ella se iba a organizar para hacer frente a estas ausencias. MARITA le respondió de mal talante que no era ella quien estaba a cargo de la organización de la concesionaria, y que no tenía forma de reemplazar a tantas personas. Agregó que tampoco podía ser tan exigente como para pretender que el trabajo de diez personas lo hicieran siete. Después, rezongando, dijo que podría llamar a una prima y a su sobrina para cubrir dos de las tres ausencias.

En ese momento, Juan Sebastián recordó que tenía que acordar con MARITA, por lo menos, las compras de almacén del día.

Hicieron telefónicamente la consulta a la nutricionista. Luego, acordaron las compras del día y de la semana a partir de repasar rápidamente el stock. Juan Sebastián tuvo la sensación de que las altas y las bajas de stock no coincidían con lo estimado a mano alzada. Y pensó: "en cualquier momento tengo que concentrarme en hacer una buena supervisión en las planillas de altas y de bajas, y cotejarlas con las existencias."

Rápidamente se dirigió a la camioneta para ir al pueblo y durante todo el viaje, fue pensando en cómo se le había complicado la jornada. Finalmente, él había tenido que hacerse cargo del contingente de los trabajadores que harían uso de los servicios del comedor. Juan Sebastián no sentía que esos imprevistos fueran parte de su trabajo y además, sentía que él no era el culpable de la improvisación de último momento. Pensaba que esos inconvenientes, que no eran culpa de él, le habían dado vuelta la mañana…

Cuando Juan Sebastián miró el reloj y se dio cuenta de que eran las

11.30 salió velozmente en dirección a la carnicería.

Allí compró lo que había (paleta y carnaza). Juan Sebastián pensó:

- No importa, le damos unos buenos martillazos y se pone tierna....

Más tarde se dirigió a la verdulería dispuesto a comprar tomates.

Los que había mostraban feo aspecto. El verdulero le dijo:

- Pero don Juan Sebastián… si me hubiera avisado le reservaba los pintones.

A falta de tomates, buenas son las papas, así compró 10 kilos de papas e inmediatamente pensó

- Tengo que irme rápido porque todavía falta cocinarlas...

Cargó todo y puso en marcha la camioneta para volver a la empresa.

A veces me siento agobiado y que las cosas se me van de las manos. Pero es un trabajo así, no siempre se puede planificar, más bien hay que ser activo y estar siempre en movimiento!!!.

Poco después, se conformaba pensando:

- ¡¡Qué lío!! Y todo por culpa del nuevo contingente...